

(19) 日本国特許庁 (J P)

(12) 公開特許公報 (A)

(11) 特許出願公開番号

特開2002-49789

(P2002-49789A)

(43) 公開日 平成14年2月15日 (2002.2.15)

(51) Int.Cl. ⁷	識別記号	F I	テーマコード* (参考)
G 0 6 F 17/60	3 1 6	C 0 6 F 17/60	3 1 6 5 B 0 4 9
	1 7 0		1 7 0 A
	3 0 2		3 0 2 E
	5 0 4		5 0 4

審査請求 未請求 請求項の数 2 O L (全 6 頁)

(21) 出願番号 特願2000-233267(P2000-233267)

(22) 出願日 平成12年8月1日 (2000.8.1)

(71) 出願人 500356304

倉持 康文

茨城県下妻市半谷491-22

(72) 発明者 倉持 康文

茨城県下妻市半谷491-22

(74) 代理人 100064403

弁理士 福田 尚夫

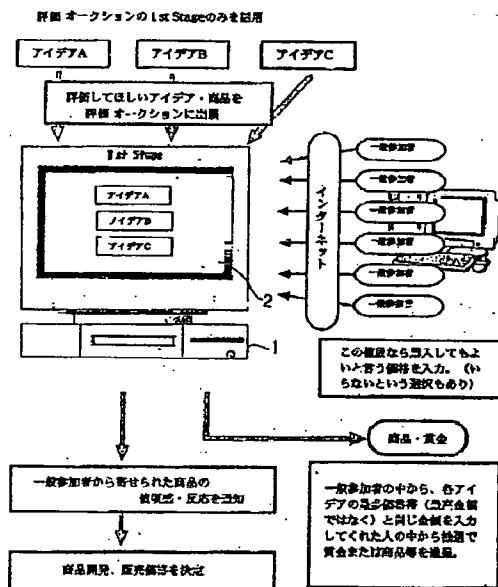
Fターム(参考) 5B049 AA00 BB36 CC36 FF03 GG04
GC09

(54) 【発明の名称】 インターネットのホームページを利用したオークションによるアイデアの市場評価方法とその評価に基づくアイデアオークションの方法

(57) 【要約】

【課題】 一般的な価格としてのアイデアに対する評価を得られ、その評価に基づいてそのアイデアを商品として流通が促進可能となるホームページによるオークションの方法を提供する。

【解決手段】 オークション管理者はインターネット上に評価オークション用のホームページを開設し、アイデア提供者は提供するアイデアに関する開示データを提供し、オークション参加者は前記ホームページでアイデアの開示データを閲覧し、オークション管理者は入札数の最多となった価格帯に該当する入札を行ったオークション参加者に対して、その抽選当選者に対して報償を行うことを約束し、オークション参加者はその報償を得ることを目的に前記アイデアに対して他のオークション参加者がより多く入札すると思われる想定価格を入札することによって一般的評価が得られるようする。



【特許請求の範囲】

【請求項1】 オークション管理者及びオークション参加者はコンピュータ(1)によるインターネットハード資源を備え、前記オークション管理者はインターネット上に評価オークション用のフレーム画面を備えたホームページを開設し、アイデア提供者は提供する知的所有権及び/又は新商品企画に係わるアイデアに関する開示データを提供し、オークション管理者はそのアイデアの開示データを前記オークション用のホームページに開示してオークション参加者が自由に見られるようにし、オークション参加者は前記ホームページにアクセスしてアイデアの開示データを閲覧し、オークション管理者は入札数の最多となった価格又はその価格帯に該当する入札を行ったオークション参加者に対して、その全員又は抽選当選者に対して報償を行うことを約束し、オークション参加者はその報償を得ることを目的に前記アイデアに対してコンピュータ(1)のモニター画面(2)に表示されているホームページを介して他のオークション参加者がより多く入札すると思われる想定価格を入札することによって主観的価値判断を避けようとする心理作用によって一般的評価が得られるようにしたことを特徴とするインターネットのホームページを利用したオークションによるアイデアの市場評価方法。

【請求項2】 オークション管理者は評価オークション用のフレーム画面を備えたホームページと同じ又は別のホームページ上に契約オークション用のフレーム画面を備え、そのフレーム画面に複数のアイデアの入札結果を公開して、その入札評価を参考とする契約オークションを開催し、そのオークション参加者はその中から得たいアイデアの契約したい価格の入札を行い、そのうちの最高価格の入札者に契約の落札を行うことを特徴とする請求項1記載のインターネットのホームページを利用したオークションによるアイデアの市場評価方法で得られた評価に基づくアイデアオークションの方法。

【発明の詳細な説明】

【0001】

【発明が属する技術分野】本発明は、インターネットを利用したホームページによる知的所有権や新企画商品に係わる発明及びアイデアなどに関して一般的な評価を得るためオークションの方法及びその市場評価方法で得られた評価に基づいて行うアイデアオークションの方法に関する。

【0002】

【従来の技術】これまで、一般的な商品についてはインターネット上に開設されたホームページからのアクセスによるオークションにより各種の商品の入札・落札がなされて落札価格による商品取引がなされている。オークションでは、商品を提供する側の恣意的な価格ではなく、その商品に対してほしい人が直接参加してその人にとって購入しても良いとする価格を購入者側から決めら

れる利点がある。

【0003】また、オークションの対象とするものについて、そのような物品についての商品は他人に転売可能なので価格が設定しやすい面があるが、サービスそのものの商品など物品ではないものについては購入者の必要性に係わり、必要とするものにとっては大きな価値があるが必要としない者にとっては全く価値がなく、サービスを受けた時点でそのサービスは終了してしまい転売できない性質のものが多く、客観的な価格は大変決め難いのが実情である。

【0004】一方、アイデアや発明は物その物ではなく実体のない「もの」即ち知的所有権などの所謂無体財産を扱うものなので、その評価をするのが大変困難であり、その評価から設定される客観的な価格の設定についても同様に困難である。そしてさらに、その価格のない物の流通は極めて困難である。

【0005】現在、発明に関するアイデアをホームページに開示し、商品化を支援しようとする試みが数多くなされている。しかし、それらはただ書類としてのアイデアをインターネット上にそのまま展示してその内容を知らせるだけで終わり、それらの技術を用いた商品の販売実績は皆無であるために、企業家にとっては商品価値を評価することが殆どできず、商談として取り上げられること自体は殆どないのが実情である。

【0006】一方、発明の客観的な評価をしようとする試みもあるが、対象が中小企業などで持っている特許の現実評価を行おうとするものであって、資金、設備、人員などを含めて将来性について総合評価しようとするもので、そういう基盤のない個人発明に対しては行おうとするものではなかった。

【0007】また、ホームページ上に一般の物品と同様にアイデアを対象としてオークションしようとする試みもあったが、その発明について評価が為されることもなく、結果として取引が行われて契約がなされたとする話も殆どないのが実態である。そして特に個人による発明では、発明は特許成立してもその殆どは製品化には至っていない。

【0008】また新規事業の立ち上げは、産業振興と雇用の場を増やすことになるので不況政策上緊急の課題であるが、融資支援の査定は専門知識の乏しい者の主観的な評価で決まり失敗も多く、事業として成功しているものは極めて少ない。逆に、たとえ市場で高い評価がえられるような優れたアイデアであっても、そのような評価のもとでは支援対象から除外されてしまっているのが実態である。

【0009】そして、日本では、個人のアイデアの商品化については、本人が相当に努力したとしても他人からは殆ど関心を持ってもらえず、せっかく特許を取得しても、発明したことの誇りよりも、その発明について世間から全く関心を持たれないことに気づいて落胆は大変に

大きく、発明意欲を喪失してしまう発明家が多い。

【0010】

【発明が解決しようとする課題】本発明は、上記実情に鑑みてなされたもので、知的所有権や新企画商品に係わる発明及びアイデアなどに関し、そのアイデアを提案した本人に納得できる一般的な価格としての評価を得られ、その価値評価に基づいてそのアイデアを商品として流通が促進可能となるインターネットを利用したホームページによる一般的な評価を得るためオークションの方法及びその市場評価方法で得られた評価に基づくアイデアオークションの方法を提供するものである。

【0011】

【課題を解決するための手段】上記課題を解決するために、本発明は、オークション管理者及びオークション参加者はコンピュータ1によるインターネットハード資源を備え、前記オークション管理者はインターネット上に評価オークション用のフレーム画面を備えたホームページを開設し、アイデア提供者は提供する知的所有権及び／又は新商品企画に係わるアイデアに関する開示データを提供し、オークション管理者はそのアイデアの開示データを前記オークション用のホームページに開示してオークション参加者が自由に見られるようにし、オークション参加者は前記ホームページにアクセスしてアイデアの開示データを閲覧し、

【0012】オークション管理者は入札数の最多となった価格又はその価格帯に該当する入札を行ったオークション参加者に対して、その全員又は抽選当選者に対して報償を行うことを約束し、オークション参加者はその報償を得ることを目的に前記アイデアに対してコンピュータ1のモニター画面2に表示されているホームページを介して他のオークション参加者がより多く入札すると思われる想定価格を入札することによって主観的価値判断を避けようとする心理作用によって一般的評価が得られるようにしたことを特徴とするインターネットのホームページを利用したオークションによるアイデアの市場評価方法である。

【0013】また、オークション管理者は評価オークション用のフレーム画面を備えたホームページと同じ又は別のホームページ上に契約オークション用のフレーム画面を備え、そのフレーム画面上に複数のアイデアの入札結果を公開して、その入札評価を参考とする契約オークションを開催し、そのオークション参加者はその中から契約したい価格の入札を行い、そのうちの最高価格の入札者に契約の落札を行うことを特徴とする上記インターネットのホームページを利用したオークションによるアイデアの市場評価方法で得られた評価に基づくアイデアオークションの方法である。

【0014】

【発明の実施の形態】本発明の実施の形態を図の実施例に基づいて以下説明する。

【0015】本発明は、オークション管理者及びオークション参加者はコンピュータ1によるインターネットハード資源（インターネット機能を持った機器類、即ちデジタルテレビ、携帯電話機、ゲーム機を含む）を備える。

【0016】そして、本発明は、図1に示すように、評価オークション（第一ステージ）単独の場合と、図2に示すように、その評価オークション（第一ステージ）を基に契約オークション（第二ステージ）へ移行する形態とがある。

【0017】まず、評価オークション単独の形態について説明する。この形態は、図1に示すように、前記オークション管理者はインターネット上に評価オークション用のフレーム画面を備えたホームページを開設する。そして、アイデア提供者は提供する知的所有権及び／又は新商品企画に係わるアイデアに関する開示データ（アイデアA、アイデアB、アイデアC、他）をアイデア登録料をオークション管理者に支払って提供（出展）する。オークション管理者はそのアイデアを登録しその開示データを前記オークション用のホームページに開示して複数のオークション参加者（一般参加者）が自由に見られるようにする。オークション参加者はインターネット回線を通して前記ホームページにアクセスしてアイデアの開示データを閲覧する。

【0018】オークション管理者は入札数の最多となった価格又はその価格帯に該当する入札を行ったオークション参加者に対して、その全員又は抽選当選者に対して報償（商品、賞金などの報償）を行うことを約束する。

【0019】オークション参加者はその報償を得ることを目的に前記アイデアに対してコンピュータ1のモニター画面2に表示されているホームページを介して他のオークション参加者がより多く入札すると思われる想定価格を入札する。そのことによって主観的価値判断を避けようとする心理作用によって一般的評価が得られるようにする。

【0020】オークション参加者の入札結果はホームページで公表し、入札数の最多となった価格又はその価格帯に該当する入札を行ったオークション参加者に対して、約束通り、全員又は抽選当選者に対して報償（商品、賞金などの報償）を引き渡す。

【0021】次に、上記評価オークション（第一ステージ）を基にした契約オークション（第二ステージ）へ移行する形態について説明する。この契約オークションの形態については、図2に示すように、オークション管理者は上記評価オークション用のフレーム画面を備えたホームページと同じ又はそれとは別のホームページ上に契約オークション用のフレーム画面を備える。そして、そのフレーム画面上に上記評価オークションによる複数のアイデアの入札結果を公開（適正評価済みアイデアA）して、その入札評価を参考とする契約オークションを開

催する。

【0022】そして、その複数のオークション参加者（企業）はその中から契約したい価格の入札を行ない、そのうちの最高価格の入札者に契約の落札し、その落札アイデアは落札企業により商品化され販売されることになる。

【0023】

【実施例】いまここに、使っても減らない「鉛筆」に関するアイデア持っ者がそのアイデアについてその買い手を探している場合について以下具体的に説明する。「鉛筆」のアイデア持っ者がインターネットのホームページ検索中に本発明のアイデアオークションの存在を知る。そして、そのホームページを開設しているオークション管理者に対して「鉛筆」のオークションの登録を、開示データ送るとともに登録料1000円とを支払って申し込む。オークション管理者は評価ホームページにその「鉛筆」の特許公報などの開示データを載せる。

【0024】オークション参加者はその評価ホームページにアクセスし、入札数の最多となった最多価格からプラスマイナス10万円に該当する範囲に入札を行ったオークション参加者に対して、抽選当選者に対して10万円の賞金を払うとの記載を見て、その賞金を得ようとして前記開示データを見てオークションに参加する（入札期限内に、その開示されたアイデアが他人からどのくらいの価値で評価されるのかについて予想し500万円の評価の入札をする）。

【0025】オークション管理者は、評価オークションの結果を発表する。「鉛筆」は300万円前後が多く入札された。そこで290万円から310万円の入札者から抽選して1名に10万円の懸賞を払った。この費用はホームページに掲載した広告収入の中から拠出する。

【0026】次に、前記評価オークションの各アイデアの入札結果を契約ホームページに公表し、その入札評価を参考とする契約オークションを開催する。

【0027】その契約ホームページを見たオークション参加者（企業）が、その中から契約したい価格の入札を行なう。A会社が、「鉛筆」の開示データとの公表された評価オークションの入札結果の評価データとを見て入札した。そしてその「鉛筆」についての最高価格350万円で入札して権利譲渡の契約落札した。アイデア提供者はオークション管理者に対して前記契約料350万円の1%の金額の仲介料3万5000円を渡した。早速、落札企業であるA会社は、その落札取得したアイデアの商品化のための試作品製作にとりかかり、そして完成された製品は店頭にて販売されることになる。

【0028】

【発明の効果】本発明は以上のようにあり、知的所有権や新企画商品に係わる発明及びアイデアなどに関し、だれでもアクセスし見ることができるインターネットという通信手段を利用し、また通信によるオークションという手法と懸賞を得たいとする人間の欲求を価格決定のメカニズムに組み込むことによって、アイデアという価格の付け方が困難な「もの」に対しても本人に納得できる一般的な価格としての世間（不特定多数）からの評価を得ることが可能となった。そして、評価オークションにおいては、参加する不特定多数による一般的な価値評価が決まり、それが多くの人が認めたいわば市場ニーズによる評価とみることができる。

【0029】これまで、発明者にとって、アイデアの製品化は夢であったが、本発明によって、アイデア提供者は提案したアイデアについて多数の人（オークション参加者）から一般的評価（適正価格）を付けて貰え、そしてその評価（自己評価ではない客観性の高い評価）を基に他者（企業家や投資者）に対して、評価価格の根拠を提示することによりアイデア取引交渉がし易くなる。

【0030】また、実際にアイデアに対して価格が示されることは、アイデアが商品として認められることであり、売買などが可能な流通市場に参加することが可能となる。その評価（価格）を示すことによって、契約しようとする企業家が、そのアイデア商品の需要の大きさの判断材料とし、アイデアの入手（落札）意欲が掻き立てられ、次の契約オークションに参加するようになる。そして、契約オークションにおいて、実際に落札し契約が成立すると、企業家は市場ニーズに応え、利益を得るためにそのアイデアの商品化に着手することとなり、そのアイデア商品の販売も早期に実現できるようになる。その際、評価オークションに示される一般人の入札行動自体が市場調査と同じ機能を持つので、新たに市場調査をしなくてもリスク評価や販売量の推定などができる。

【0031】また、オークション管理者は、ホームページに載せる広告により広告収入と、オークションへのアイデア提供者からのアイデア登録料と企業家からの仲介手数料などの収入も期待することができる。

【図面の簡単な説明】

【図1】本発明の評価オークションの形態を示す概念図。

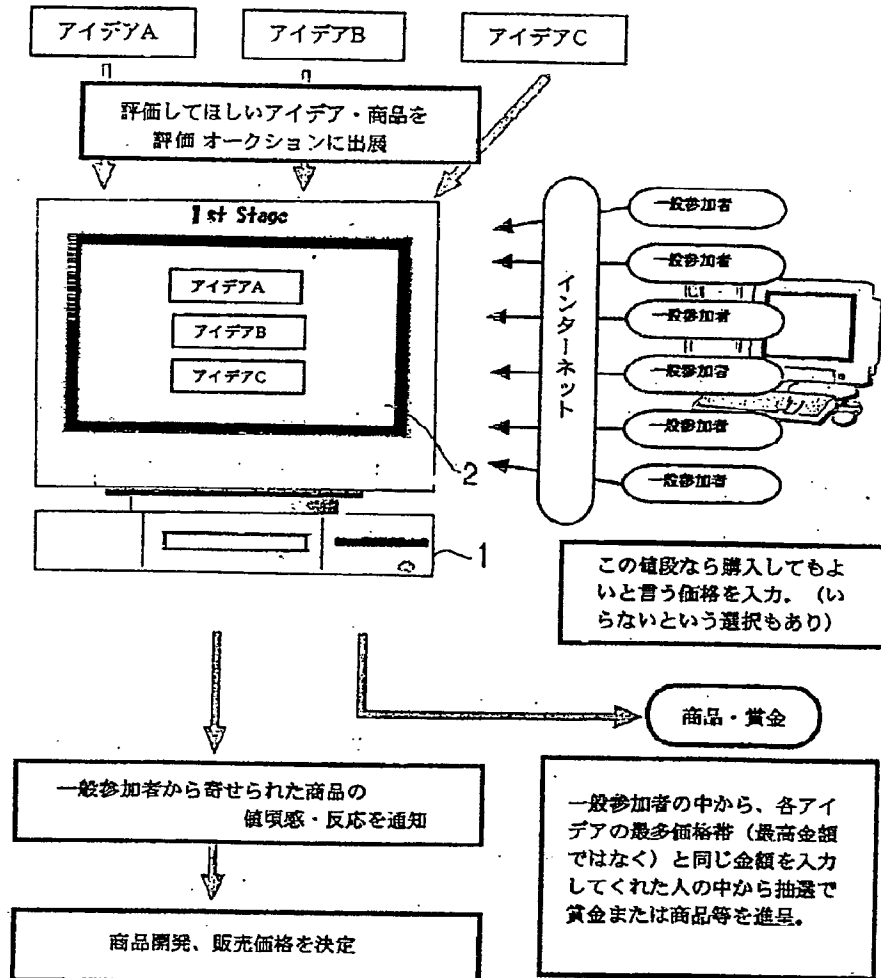
【図2】評価オークションを基にした契約オークションへ移行する形態を示す概念図。

【符号の説明】

- 1 コンピュータ
- 2 モニター画面

【図1】

評価 オークションの1st Stageのみを活用



【図2】

